

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PADA ANGKRINGAN SEMAR PALEMBANG

Agustina .M<sup>\*)</sup>  
Rinaldy

---

## ABSTRACT

*Therefore, this research aims to explain: the influence of service quality and location simultaneously on buying decisions at Angkringan Semar Palembang, the influence of service quality partially on buying decisions at Angkringan Semar Palembang, and the influence of location partially on buying decisions at Angkringan Semar Palembang. The sample in this research were consumers of Angkringan Semar Palembang amounting to 93 people using probability sampling (simple random sampling). Data were collected by questionnaire method and data analysis used was multiple regression analysis. Based on the results of this research indicate that service quality and location simultaneously have a positive and significant influence on buying decisions at Angkringan Semar Palembang, service quality partially have a positive and significant influence on buying decisions at Angkringan Semar Palembang, and location partially have a positive and significant influence on buying decisions at Angkringan Semar Palembang.*

**Keywords :** *Quality Service, Location, Buying Decision*

## A. PENDAHULUAN

Dewasa ini bisnis kuliner semakin berkembang pesat seiring dengan peningkatan pendapatan dan gaya hidup. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya usaha-usaha baru yang menggeluti bisnis kuliner. Bisnis kuliner merupakan peluang usaha yang sangat berpotensi menghasilkan keuntungan. Hal ini dikarenakan kebutuhan manusia akan produk kuliner tidak akan pernah mati selama manusia masih membutuhkan makanan dan minuman. Saat ini bisnis kuliner berada pada tingkat persaingan yang tinggi. Dengan semakin tingginya

tingkat persaingan, menyebabkan konsumen memiliki lebih banyak alternatif pilihan baik dari sudut produk, harga dan kualitas yang bervariasi, yang disediakan oleh penyedia produk. Hal ini membuat konsumen selalu membandingkan nilai dari beberapa produk dengan tujuan untuk memperoleh produk yang terbaik.

Pengusaha bisnis kuliner dituntut untuk terus berupaya menyiapkan strategi yang tepat agar dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang ditawarkan, sehingga akan terjadi

---

\*) Dosen Fakultas Ekonomi UTP

pembelian yang berulang-ulang yang bermuara pada peningkatan penjualan. Persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif, diperlukan strategi bisnis yang baik. Salah satu cara untuk dapat meningkatkan daya saing itu sendiri adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Melalui kualitas pelayanan (*service quality*) yang baik diharapkan kepuasan pelanggan atau konsumen akan tercapai. Sebaliknya kualitas pelayanan yang buruk akan membuat konsumen tidak puas dan cenderung untuk melakukan persuasi kepada konsumen lain untuk tidak melakukan pembelian.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah lokasi. Konsumen cenderung memilih lokasi yang mudah dijangkau dibandingkan lokasi yang sulit untuk menjangkaunya karena jauh. Lokasi yang mudah dijangkau dapat memberikan manfaat berupa efisiensi waktu dan tenaga. Rasa aman dan nyaman serta memiliki area parkir yang luas juga menjadi pilihan konsumen karena dapat memberikan kepuasan yang lebih bagi konsumen. Ketatnya persaingan diantara pesaing menjadikan lokasi sebagai faktor penting dalam kesuksesan berbisnis karena sebelum memutuskan untuk berkunjung, konsumen tentu akan mempertimbangkan juga lokasi dari tempat tersebut.

Salah satu usaha bisnis kuliner yang telah menjamur di kota Palembang adalah

warung angkringan. Angkringan berupa warung tenda sederhana yang menjual makanan dan minuman menggunakan gerobak dorong yang identik dengan keramah tamahan dan suasana yang santai. Sehingga, angkringan menjadi usaha bisnis kuliner yang memiliki prospek sangat baik dikarenakan angkringan bukan hanya menjadi tempat makan saja tetapi bisa menjadi ajang tempat berkumpul para anak-anak remaja kota Palembang. Dalam hal ini, warung Angkringan Semar Palembang hadir untuk merasakan ketatnya persaingan usaha yang sejenis.

Angkringan Semar Palembang yang didirikan pada bulan Januari 2018 ini merupakan warung angkringan dengan menu makanan andalan seperti nasi kucing, nasi macan, nasi bakar, sate telur puyuh, sate usus, sate ceke, dan berbagai macam aneka gorengan. Sedangkan untuk minuman, tersedia wedang jahe, susu jahe, teh manis, air jeruk dan kopi. Angkringan yang terletak disekitaran daerah 26 ilir ini biasanya berjualan dimalam hari mulai dari selepas maghrib sampai tengah malam.

Angkringan Semar Palembang memiliki ciri khas yang berbeda dari angkringan lainnya. Hal ini dapat dilihat dari segi kondisi tempat, makanan dan minuman yang disajikan, suasana yang santai penuh kekeluargaan dan keakraban serta kenyamanan dan keleluasaan yang

ditawarkan. Untuk memenangkan persaingan, pemilik warung angkringan harus berorientasi kepada konsumen, bukan hanya fokus kepada produk yang ditawarkan saja, namun juga pada kualitas pelayanan kepada konsumen. Warung angkringan yang berorientasi kepada pemasaran akan berusaha melakukan identifikasi kebutuhan dan keinginan pasar dengan aspek masyarakat sebagai objek yang perlu diperhatikan keinginannya. Lokasi yang strategis dan kualitas pelayanan yang diberikan, diharapkan dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian pada Angkringan Semar Palembang.

Berdasarkan uraian di atas, penulis ingin mengetahui apakah kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan membeli pada Angkringan Semar Palembang.

### **Perumusan Masalah**

Persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif membuat pengusaha kuliner harus memerlukan strategi bisnis yang baik. Salah satu cara untuk dapat meningkatkan daya saing itu sendiri adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan pemilihan lokasi yang tepat. Oleh karena itu, penulis terdorong untuk melakukan penelitian ini.

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono (2012: 157), kualitas pelayanan

secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Ada lima dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Lupiyoadi (2013: 217) yaitu bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Cara lain yang perlu diperhatikan dalam merancang strategi bisnis adalah lokasi. Menurut Swastha (2012: 25), lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Sebelum memilih lokasi usaha, ada baiknya perlu memperhatikan faktor-faktor dalam pemilihan lokasi usaha. Menurut Ratih Hurriyati (2015: 41) faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi yaitu akses, visibilitas, lalu lintas (*traffic*), tempat parkir, ekspansi, lingkungan, persaingan, dan peraturan pemerintah. Kualitas pelayanan yang baik dan lokasi yang strategis diharapkan menjadi senjata bagi pengusaha untuk menjalankan usahanya. Sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2012: 227), proses keputusan pembelian adalah proses lima tahap yang dilewati konsumen, dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif yang dapat memecahkan masalahnya, keputusan pembelian, dan perilaku pasca

pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian yang sesungguhnya dilakukan oleh konsumen dan memiliki dampak yang lama setelah itu.

Adapun pokok masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan membeli pada Angkringan Semar Palembang.

### **Hipotesis**

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Diduga kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan membeli pada Angkringan Semar Palembang.
2. Diduga kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan membeli pada Angkringan Semar Palembang.
3. Diduga lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan membeli pada Angkringan Semar Palembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama dan secara parsial terhadap keputusan membeli pada Angkringan Semar Palembang.

## **B. METODE PENELITIAN**

### **Tempat, Waktu, dan Jenis Penelitian**

Penelitian dilakukan pada Angkringan Semar Palembang Jalan KH. Ahmad Dahlan No. 33, Kelurahan 26 Ilir Kecamatan Ilir Barat I, Palembang 30135, dan dilaksanakan dalam jangka waktu lima bulan dimulai dari bulan Mei sampai September 2019. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif.

### **Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti dengan menggunakan metode observasi yaitu dengan cara membagikan kuesioner kepada responden. Sedangkan data sekunder adalah yang diperoleh dari pihak lain secara tidak langsung, memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan berupa sejarah perusahaan, ruang lingkup perusahaan, struktur organisasi, buku, literatur, artikel, serta situs di internet.

### **Populasi, Sampel, dan Metode Sampling**

Populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun jumlah

populasi yang menjadi objek penelitian ini yaitu seluruh konsumen Angkringan Semar Palembang pada bulan Mei 2019 sebanyak 1.283 orang.

Sampel meliputi sebagian dari konsumen Angkringan Semar Palembang yang sudah pernah melakukan pembelian sebelumnya. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *probability sampling* yaitu teknik *simple random sampling* dengan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Besarnya sampel adalah 93 responden yang dihitung menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Dimana :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

E : toleransi dalam kesalahan sampel  
(10%)

$$n = \frac{1.283}{1 + (1.283 \cdot (0.1)^2)}$$

$$n = 92,77$$

### Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi berganda.

Uji validitas dilakukan untuk meneliti sejauh mana suatu alat ukur dapat

mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian ini dilakukan untuk menilai korelasi semua variabel dan item dalam daftar kuesioner. Apabila nilai  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel maka kuesioner dapat dikatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis berikutnya. Uji reliabilitas yaitu suatu pengujian yang dilakukan untuk meneliti sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau handal. Apabila nilai *Alpha Cronbach's* yang diperoleh lebih besar dari  $> 0,60$  instrumen dinyatakan reliabel.

## C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Karakteristik Responden

**Tabel 1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

No	Umur	Jumlah	
		Responden	Persentase (%)
1	20-30 tahun	56	60,2
2	31-40 tahun	27	29,0
3	41-50 tahun	10	10,8
<b>Jumlah</b>		93	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang paling dominan berada pada kisaran umur 20-30 tahun yaitu sebanyak 56 responden atau 60,2%.

**Tabel 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Umur	Jumlah	
		Responden	Persentase (%)
1	Laki-Laki	64	68,8
2	Perempuan	29	31,2
<b>Jumlah</b>		93	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas terlihat sebanyak 64 responden atau 68,8% didominasi oleh responden laki-laki dan sisanya merupakan responden perempuan sebanyak 29 responden atau 31,2%.

**Tabel 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Umur	Jumlah	
		Responden	Persentase (%)
1	SMA	63	67,7
2	D3	6	6,5
3	S1	24	25,8
Jumlah		93	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang paling dominan dengan pendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 63 responden atau 67,7%.

**Tabel 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Umur	Jumlah	
		Responden	Persentase (%)
1	PNS	2	2,2
2	Pegawai Swasta	36	38,7
3	Wiraswasta	4	4,3
4	Pelajar	51	54,8
Jumlah		93	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang paling dominan adalah pelajar sebanyak 51 responden atau 54,8%.

## 2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen itu *valid* atau tidak.. Jika  $r$  hitung  $> r$  tabel dengan  $\alpha = 0,05$  maka koefisien korelasi tersebut signifikan. Berikut adalah tabel hasil uji validitas menggunakan aplikasi SPSS versi 17 dengan kuesioner yang telah disebar ke 30 responden uji coba dengan taraf signifikan 5% untuk melihat butir-butir pernyataan yang telah dibuat *valid* atau tidak.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**

No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,583	0,361	Valid
2	0,845	0,361	Valid
3	0,562	0,361	Valid
4	0,563	0,361	Valid
5	0,484	0,361	Valid
6	0,727	0,361	Valid
7	0,739	0,361	Valid
8	0,809	0,361	Valid
9	0,668	0,361	Valid
10	0,541	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS 17

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi ( $X_2$ )**

No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,833	0,361	Valid
2	0,687	0,361	Valid
3	0,812	0,361	Valid
4	0,666	0,361	Valid
5	0,683	0,361	Valid
6	0,831	0,361	Valid
7	0,793	0,361	Valid
8	0,547	0,361	Valid
9	0,682	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS 17

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Membeli (Y)**

No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,750	0,361	Valid
2	0,716	0,361	Valid
3	0,785	0,361	Valid
4	0,733	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS 17

Berdasarkan tabel 5, 6, dan 7 di atas diperoleh nilai r hitung untuk setiap butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), dan keputusan membeli ( $Y$ )  $>$  r tabel = 0,361 dengan demikian maka dapat dijelaskan bahwa semua butir pernyataan dinyatakan *valid*. Artinya, semua butir pernyataan tersebut siap untuk disebarkan ke 93 responden sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan pada penelitian ini.

### 3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk memastikan apakah kuisisioner penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Kuisisioner dikatakan reliabel jika dilakukan pengukuran berulang-ulang data akan mendapatkan hasil yang sama. Dalam SPSS, apabila nilai *Alpha Cronbach* yang diperoleh lebih besar dari  $>$  0,60 instrumen dinyatakan reliabel.

Berikut adalah hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel dengan kuisisioner yang telah disebar ke 30

responden uji coba untuk melihat butir-butir pernyataan yang telah dibuat reliabel atau tidak yang dapat dilihat pada tabel 8 di bawah ini :

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Koefisien Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	0,862	Reliabel
2	Lokasi ( $X_2$ )	0,886	Reliabel
3	Keputusan Membeli ( $Y$ )	0,684	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS 17

Hasil pengujian reliabilitas dalam tabel di atas menunjukkan semua variabel dalam penelitian ini mempunyai koefisien *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukuran masing-masing variabel dari kuisisioner adalah reliabel.

### 4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua variabel atau lebih yaitu variabel independen dengan variabel dependen.

**Tabel 9**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.891	2.367		.376	.708
Kualitas Pelayanan	.184	.057	.262	3.232	.002
Lokasi	.250	.037	.555	6.845	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Membeli

Sumber : Output SPSS 17

Berdasarkan tabel 9, maka dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,891 + 0,184 X_1 + 0,250 X_2 + e$$

Dari persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Konstanta ( $a$ ) = 0,891 : artinya jika kualitas pelayanan ( $X_1$ ) = 0 dan lokasi ( $X_2$ ) = 0, maka keputusan pelanggan untuk membeli ( $Y$ ) sebesar 0,891.
- $b_1 = 0,184$ , artinya jika kualitas pelayanan ( $X_1$ ) naik sebesar 1 satuan, maka keputusan konsumen untuk membeli pada Angkringan Semar Palembang akan meningkat sebesar 0,184, dengan anggapan variabel  $X_2 = 0$ , dan faktor lain dianggap tetap.
- $b_2 = 0,250$ , artinya jika lokasi ( $X_2$ ) naik sebesar 1 satuan, maka keputusan konsumen untuk membeli pada Angkringan Semar Palembang akan meningkat sebesar 0,250, dengan anggapan variabel  $X_1 = 0$ , dan faktor lain dianggap tetap.
- Dari persamaan regresi di atas dapat diketahui variabel yang dominan atau lebih besar mempengaruhi keputusan membeli pada Angkringan Semar Palembang adalah Lokasi ( $X_2$ ).

## 5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh

kemampuan variabel independen (kualitas pelayanan dan lokasi) menjelaskan variabel dependen (keputusan membeli). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan *adjusted*  $R^2$  karena berbeda dengan  $R^2$ , *adjusted*  $R^2$  mengevaluasi model regresi mana yang terbaik. Berikut adalah hasil koefisien determinasi yang dapat dilihat pada tabel 10 di bawah ini :

**Tabel 10**  
**Koefisien Determinasi**  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.646 <sup>a</sup>	.417	.405	1.330

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi

b. Dependent Variable: Keputusan Membeli

Sumber : Output SPSS 17

Berdasarkan tabel 10 tersebut bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada *Adjusted R Square* sebesar 0,405. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi mampu menjelaskan atau memiliki pengaruh terhadap keputusan membeli pada Angkringan Semar Palembang sebesar 40,5%, sedangkan sisanya 59,5% dipengaruhi oleh



faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini, seperti variabel harga, promosi, produk, dan lain sebagainya.

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji Simultan (Uji F)

Uji F ini dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas yaitu  $X_1$  dan  $X_2$  untuk dapat menjelaskan tingkah laku keragaman variabel tidak bebas atau terikat (Y). Pada pengujian ini juga menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. F tabel untuk sampel sebesar 93 responden adalah sebesar 3,098.

Berikut adalah hasil uji simultan (uji F) yang dapat dilihat pada tabel 11 di bawah ini :

**Tabel 11**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	114,014	2	57,007	32,247	.000 <sup>b</sup>
Residual	159,015	90	1,768		
Total	273,118	92			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi

b. Dependent Variable: Keputusan Membeli

Sumber : Output SPSS 17

Berdasarkan tabel ANOVA diperoleh  $F_{hitung} 32,247 \geq F_{tabel} (3,098)$  dengan tingkat signifikan  $F = 0,000 < F_{sig} \alpha (0,05)$  berarti  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan lokasi ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap keputusan membeli pada Angkringan Semar Palembang.

### b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Nilai t tabel untuk sampel sebesar 93 responden adalah sebesar 1,987.

Berikut adalah hasil uji parsial (uji t) yang dapat dilihat pada tabel 12 di bawah ini:

**Tabel 12**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.891	2.367		.376	.708
Kualitas Pelayanan	.184	.057	.262	3.232	.002
Lokasi	.250	.037	.556	6.845	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Membeli

Sumber : Output SPSS 17

Berdasarkan tabel 12 di atas diperoleh  $t_{hitung} 3,232 \geq t_{tabel} (1,987)$  dengan tingkat signifikan  $t = 0,002 < sig t \alpha (0,05)$  berarti  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan membeli pada Angkringan Semar Palembang.

Untuk variabel lokasi diperoleh  $t_{hitung} 6,845 \geq t_{tabel} (1,987)$  dengan tingkat signifikan  $t = 0,000 < sig t \alpha (0,05)$  berarti  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan lokasi ( $X_2$ ) terhadap keputusan membeli pada Angkringan Semar Palembang.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dan hasil analisis data dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

##### Simpulan

- Berdasarkan hasil uji regresi berganda  $Y = 0,891 + 0,184 X_1 + 0,250 X_2 + e$ , artinya keputusan konsumen untuk membeli (Y) sebesar 0,891,  $b_1 = 0,184$  dan  $b_2 = 0,250$ , artinya jika kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan lokasi ( $X_2$ ) naik sebesar 1 satuan, maka keputusan konsumen untuk membeli pada Angkringan Semar Palembang akan meningkat sebesar 0,891 dan 0,250, dan faktor lain dianggap tetap.
- Berdasarkan persamaan regresi berganda tersebut dapat diketahui variabel yang dominan atau lebih besar mempengaruhi keputusan membeli pada Angkringan Semar Palembang adalah Lokasi ( $X_2$ ).
- Berdasarkan hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) didapat nilai sebesar 0,405 atau 40,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi menjelaskan atau memiliki pengaruh terhadap keputusan membeli pada Angkirngan Semar Palembang sebesar 40,5%, sedangkan sisanya 59,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini, seperti variabel

harga, promosi, produk, dan lain sebagainya.

- Berdasarkan hasil uji F diperoleh  $F_{hitung} 32,247 \geq F_{tabel} (3,098)$  dengan tingkat signifikan  $F = 0,000 < F \text{ sig } \alpha (0,05)$  berarti  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan lokasi ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap keputusan membeli pada Angkringan Semar Palembang.
- Berdasarkan hasil uji t pada hipotesis kualitas pelayanan diperoleh  $t_{hitung} 3,232 \geq t_{tabel} (1,987)$  dengan tingkat signifikan  $t = 0,002 < \text{sig } t \alpha (0,05)$  berarti  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap keputusan membeli pada Angkringan Semar Palembang. Berdasarkan hasil uji t pada hipotesis lokasi diperoleh  $6,845 t_{hitung} \geq t_{tabel} (1,987)$  dengan tingkat signifikan  $t = 0,000 < \text{sig } t \alpha (0,05)$  berarti  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan lokasi ( $X_2$ ) terhadap keputusan membeli pada Angkringan Semar Palembang.

### Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti rekomendasikan kepada pemilik Angkringan Semar Palembang antara lain:

- a. Selain variabel kualitas pelayanan dan lokasi yang berpengaruh terhadap keputusan membeli pada Angkringan Semar Palembang, dari hasil analisis regresi terdapat variabel lain yang mempengaruhi keputusan membeli, maka variabel lain tersebut harus menjadi perhatian juga dengan tujuan untuk meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli pada Angkringan Semar Palembang.
- b. Untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lanjutan dengan mengembangkan variabel-variabel lainnya, seperti variabel harga, promosi, produk, dan lain sebagainya.

Swastha, Basu dan Handoko, 2011, *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*, BPFE: Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2012, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Andi Offset: Yogyakarta

### DAFTAR RUJUKAN

- Hurriyati, Ratih, 2015, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta: Bandung.
- Kotler, P. dan Keller, K.L., 2012, *Marketing Management 14th Edition*, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lupiyoadi R., 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*, PT. Salemba Empat: Jakarta.